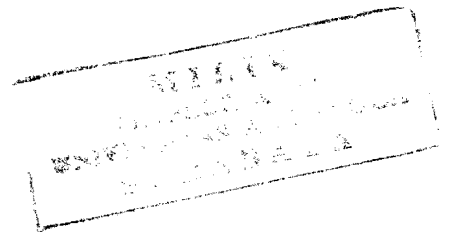


# **PERANAN PRESS RELEASE DALAM MENUNJANG PEMASARAN DI HOTEL**

**(Studi Deskriptif Tentang Upaya PR Dalam Mengoptimalkan Press Release  
Sebagai Sarana Untuk Menginformasikan Kegiatan dan Produk  
Di Hotel Patra Surabaya Hilton International Surabaya)**

## **TUGAS AKHIR**



**Disusun Oleh :**

**ARNAWATI**

**NIM : 079710208 - S**

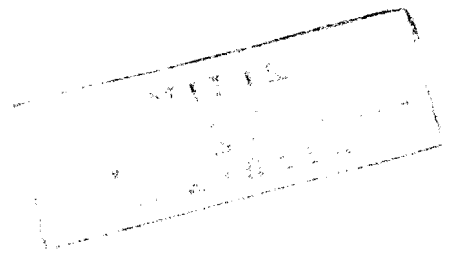
**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

# **PERANAN PRESS RELEASE DALAM MENUNJANG PEMASARAN DI HOTEL**

**(Studi Deskriptif Tentang Upaya PR Dalam Mengoptimalkan Press Release  
Sebagai Sarana Untuk Menginformasikan Kegiatan dan Produk  
Di Hotel Patra Surabaya Hilton International Surabaya)**

## **TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan menempuh  
pendidikan di Program Studi D-III Pariwisata  
Jurusan Usaha Perjalanan Wisata**



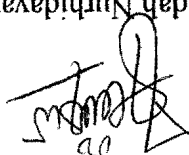
**Disusun Oleh :**

**ARNAWATI**

**NIM : 079710208 - S**

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

Sri Endah Nurhidayah S. Sos  
NIP : 132208715



Dosen Pembimbing

Setuju untuk diujikan  
Surabaya, 18 Mei 2001

**Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan  
panitia penguji pada tanggal 7 Juni 2001**

**Panitia penguji terdiri dari :**

**Dosen Penguji I**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Endah Nurhidayati S.Sos', with a small '50' written above the first part of the signature.

**Sri Endah Nurhidayati S.Sos**

**NIP: 132 208 715**

**Dosen Penguji II**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Drs. Falih Suaedi, M.Si', with a large, stylized initial 'F'.

**Drs. Falih Suaedi, M.Si**

**NIP : 131 801 403**

## ABSTRAKSI

*Public Relations* merupakan salah satu unsur dari *marketing mix* yang berfungsi untuk memperlancar dan menunjang program dan perencanaan dari pihak pemasaran. *Public Relations* sebagai salah satu unsur yang berfungsi untuk mempublikasikan kegiatan dan produk hotel, salah satu sarana publikasi tersebut adalah *Press Release*. PR Hotel Hilton lebih memilih *press release* sebagai sarana publikasi karena *press release* tidak memerlukan biaya atau gratis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mengambil lokasi penelitian di Patra Surabaya Hilton International Hotel. Dimana informannya antarlain adalah Public Relations Executive, Director of Sales, FB Manager, wartawan atau editor surat kabar yang sering dikirim *release* oleh PR Hotel Hilton, serta pelanggan dan calon konsumen pengguna produk hotel. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas PR dalam menulis dan mengirim *press release*, tetapi peneliti tidak ikut berperan secara aktif dalam kegiatan PR, dalam artian hanya melakukan fungsi pengamatan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bahan dokumen, yaitu *press release* sebelum dan sesudah dimuat oleh surat kabar dan beberapa dokumen lain yang mendukung penelitian.

Dalam penentuan tema untuk *release* PR Hilton lebih dulu melihat produk apa yang ingin dijual kepada publiknya dan juga kegiatan apa yang ada di hotel yang apabila diberitakan akan menimbulkan citra yang baik mengenai hotel di masyarakat sehingga mendapatkan simpati dari publik. Untuk pemilihan tema *release* PR hotel Hilton lebih sering menggunakan tema produk sebagai tema *releasenya*. Dalam penentuan tema *release* PR Hotel Hilton tidak selalu memperhatikan *trend news* atau apa yang menjadi *trend* berita pada saat itu. Untuk penulisan *release* PR Hotel Hilton mempunyai *guidance* sendiri yang sudah ditetapkan oleh manajemen Hotel Hilton yang disesuaikan dengan karakter masing-masing media yang akan dikirim *release*. Upaya agar *release* dimuat dilakukan dengan menulis berita dengan format yang bagus, selalu menjaga hubungan baik dengan pihak media massa, dan mengantarkan *release* tersebut secara langsung ke surat kabar yang bersangkutan. Setelah *release* yang dikirimkan sudah dimuat, PR mengadakan evaluasi terhadap *release* tersebut. Hal-hal yang dievaluasi antarlain berapa jumlah media yang memuat *release*, kadar kesalahan penulisan, macam ulasan dan pengulangan.

Upaya-upaya PR dalam mengoptimalkan *Press Release* sebagai sarana untuk menginformasikan produk dan kegiatan hotel antarlain yaitu dengan selalu melakukan evaluasi terhadap *release* yang dimuat dan memperhatikan segala masukan atau umpan balik terhadap *release* tersebut, selalu melibatkan pers dalam setiap acara-acara yang dilaksanakan oleh hotel, tidak berhenti membina hubungan dengan pihak pers, memperluas jangkauan *release* dengan menambah jumlah surat kabar yang dikirim *release*, selalu mengirimkan *release* mengenai acara-acara yang diadakan di hotel dengan format penulisan dan berita yang menarik.